

OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DEL SECTOR ALIMENTOS COLOMBIANO A PERÚ

ALBA, JOAN

Resumen

Perú es uno de los países de América Latina que ha venido logrando cambios y haciendo avances en cuestiones de comercio exterior y de búsqueda de nuevos mercados. Como lo ha hecho con el mercado asiático, sin embargo, ha entendido que debe tener fuertes socios regionales. Para países cercanos como Colombia representa una oportunidad para entrar en el mercado a través de diferentes mecanismos, los cuales benefician el libre comercio entre los países y abren la puerta a diferentes oportunidades para las empresas.

Por lo cual se realizará una exploración a las diferentes oportunidades de entrada que tiene Colombia para exportar distintos productos alimenticios tradicionales y no tradicionales al Perú, que sean duraderas con el tiempo, y para esto revisaremos los diferentes acuerdos comerciales que hay entre las dos naciones, las rutas comerciales más importantes entre los dos países y los diferentes productos que ya están siendo exportados en comparación con los productos de GLORIA S.A.

Palabras clave: comercio, cooperación, exportación, mercado, producto, región.

Abstract

Peru is one of the countries in Latin America that has managed to achieve changes and make progress in issues of foreign trade and search for new markets. As it has done with the Asian market, however, it has understood that it must have strong regional partners. For nearby countries like Colombia it represents an opportunity to enter the market through different mechanisms, which benefit free trade between countries and open the door to opportunities for companies.

Why has an exploration been made of the different entry opportunities that Colombia has to export, several traditional and non-traditional food products in Peru, which are durable over time, and for this we will review the different trade agreements that exist between the nations, the most important trade routes between countries and the different products that are already being exported compared to the products of GLORIA SA

Key words: trade, cooperation, export, market, product, region.

1.1. Introducción

En el mundo actual los negocios internacionales se tornan como un pilar importante frente al desarrollo y crecimiento de los países y particularmente de las empresas, de acá se evidencia como a través de estos podemos notar distintos tipos de relaciones entre los empresarios y los estados como lo son las relaciones diplomáticas, relaciones y acuerdos comerciales, integraciones culturales, etc. Particularmente se nota que el comercio internacional, es base para su sustentabilidad económica, a partir de este, se implementan las demás relaciones para lograr un equilibrio entre lo que compra y lo que vende y lograr la distinción del país frente a otros.

La intención de este intercambio comercial, es obtener una cantidad de exportaciones mayor frente a las importaciones para lograr un profit o ganancia en la economía, por esto es importante saber que bienes o servicios puedes exportar a un país. Es de vital importancia conocer los diferentes medios y herramientas que pueden o deben ser usados para lograr que el comercio sea una actividad continua y beneficiosa tanto para las empresas como para los países, dada la nueva forma de comercio que se ha venido desarrollando durante los últimos años de relaciones multilaterales en la cual la cooperación es de vital importancia, sobre todo en el fortalecimiento regional. (Sebastián Sáenz, 2016).

Como países latinoamericanos, con ubicación geográfica similar y ubicados junto uno al otro es de notar la importancia de saber aprovechar las oportunidades que se pueden generar entre los dos países, para esto debemos analizar 3 puntos importantes, primero

los diferentes acuerdos entre los dos países para tener una idea del espectro del sector y los posibles bienes o servicios a exportar, luego debemos tener en cuenta las diferentes rutas comerciales que pueden ser importantes a la hora de exportar un producto y finalmente pero no menos importante debemos revisar los diferentes productos y servicios que ya son exportados desde Colombia al país inca.

1.2. Acuerdos comerciales

Es un pacto o negociación multilateral entre países con el fin de mejorar los temas en materia de comercio impulsando un mayor intercambio entre las partes, o como lo menciona la OMC, “los acuerdos comerciales regionales (ACR) se definen como acuerdos comerciales recíprocos entre dos o más socios. Incluyen los acuerdos de libre comercio y las uniones aduaneras.”. Los acuerdos comerciales regionales a los que hacen parte Colombia y Perú son los siguientes: ALADI (Asociación Latinoamericana de integración), Alianza del pacífico y la CAN (Comunidad Andina); esta última de gran importancia y con mayor desarrollo en el entorno comercial ya que de estos acuerdos es el más activo y con constante desarrollo, sin embargo, vamos a desglosar cada uno.

ALADI

Es un organismo intergubernamental de integración de 13 países, dentro de los cuales están Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Paraguay, Perú, entre otros. En el cual se busca la cooperación para desarrollo económico y social así llegar a un mercado común en Latinoamérica a través de diferentes mecanismos como preferencia arancelaria entre los países a diferencia de terceros fuera del grupo, con acuerdos regionales con la participación de todos los integrantes del grupo o mediante acuerdos de alcance parcial entre dos o más miembros del grupo. (ALADI,s.f, 1)

Sus funciones básicas son tres, el primero es la promoción y la regulación del comercio recíproco entre los miembros, el segundo la complementación económica de los países

que lo integran y por último el desarrollo de acciones de cooperación para ayudar al grupo frente al mundo.

Alianza del Pacífico

Es un mecanismo de integración regional integrado por 4 países, Colombia, México, Chile y Perú, con los objetivos de primero construir un área de integración de manera participativa y consensuada para avanzar hacia la libre circulación, impulsar la diversificación de las exportaciones para un mayor crecimiento y desarrollo económico y por ultimo convertirse en una plataforma de articulación e integración con miras a la relación Asia – Pacífico.

“En los últimos años se han alcanzado importantes progresos en áreas que se derivan de los cuatro pilares de la Alianza del Pacífico: libre movilidad de bienes, servicios, personas y capitales”. (Cancillería, s.f), su flexibilidad, sus objetivos, apuntan al desarrollo y beneficianla política exterior colombiana

CAN

Es una organización internacional con diversos órganos e instituciones que integran el sistema andino de integración, conformado por 4 países, Bolivia, Colombia, Ecuador y Perú. A su vez tiene 5 asociados como lo son Argentina, Brasil; Chile, Paraguay y Uruguay y un observador como España.

Tiene seis objetivos claros, promover el desarrollo equilibrado de los miembros mediante la cooperación y la integración; acelerar el crecimiento y la generación de empleo; facilitar la participación de los miembros para una formación gradual de un mercado común; disminuir vulnerabilidad en el contexto económico internacional; fortalecer solidaridad regional y reducir diferencias de desarrollo entre los países que la conforman y procurar un mejoramiento permanente en el nivel de vida de los habitantes. (Comunidad Andina, 2018)

Algunos resultados de la integración andina son, orden jurídico andino que permite que se adopten normas comunitarias de obligatorio cumplimiento, el 100% de los productos de origen andino circulan sin pagar arancel dentro de la CAN, se ha incrementado el intercambio comercial de productos manufacturados que generan más empleo, viajar dentro de la comunidad andina sin necesidad de visa o pasaporte, se establecieron sistemas andinos de calidad, sanidad agropecuaria y sanidad humana, entre otros.

Al ser miembro de la comunidad andina, adquieres derechos ciudadanos donde algunos son viajar libremente por los 4 países, estudiar en los países que la conforman sin perder valides los ya obtenidos, trabajar bajo las mismas condiciones que los nacionales,

derecho a permanencia y beneficios como seguridad social y seguridad en el trabajo, derecho a exportar sin aranceles entre otros. (Secretaria de la CAN, 2018)

1.3. Rutas comerciales

Para el transporte internacional de mercancías es necesario revisar todas las posibles rutas por las cuales se puede movilizar la carga y de acá identificar cual es mejor dependiendo del tipo de producto que se comercialice o del lugar donde se quiere llevar. A continuación, veremos las 3 rutas más representativas entre las dos naciones.

Marítima

El puerto del Callao se encuentra en el sexto lugar del ranking de américa latina, es tan grande que está dividido en 3 zonas diferentes, APM Terminals Callao, DP World Callao y transportadora Callao. Es el principal puerto del Perú que recibe carga internacional a pesar de tener cerca de unos 12 puertos a lo largo de la costa y conectados se tienen algunas vías fluviales por las cuales se distribuye la mercancía a nivel nacional o también puede hacerse terrestre por las diferentes vías destinadas a esto.

Aérea

Actualmente existen 3 empresas concesionarias en Perú que se encargan de manejar de operar los principales aeropuertos, la primera de ellas es Aeropuertos del Perú, concesionario de 12 aeropuertos en el nororiente y uno en el sur (pisco) la segunda es Aeropuertos andinos del Perú que está encargado de los aeropuertos al sur del país que son únicamente para carga nacional y por ultimo tenemos a Lima Airport Partners

que dirigen el aeropuerto internacional Jorge Chávez el cual maneja el 48% del tráfico nacional y el 99% del internacional.

Terrestre

Si bien es una ruta alternativa y poco usada, es importante saber que existen las vías para el transporte terrestre entre los países de la comunidad andina, sin embargo por costos no es muy utilizada, sin embargo en la mesa está entre Perú y Bolivia una concesión de puerto para Bolivia para poder manejar exportaciones marítimamente sin tener que depender de otros con un beneficio que sería la inversión en el Perú más específicamente en las vías férreas para la movilización de la mercancía, ya que Bolivia cuenta con excelentes vías.

El desarrollo en la movilidad vial ha es prioridad para mejorar la competitividad con otras naciones, en busca de convertirse en el HUB de Latinoamérica, dinamizando la cooperación entre los países y mejorando el transporte de los productos, “posicionándose como un puente comercial eficiente entre América del Sur, el Asia, y los Estados Unidos, Mediante Corredores de transporte multimodal que incorporan rutas fluviales y las carreteras IIRSA, conectándolas con los puertos de la costa del Pacífico del Perú.” (Córdova, 2018).

UNASUR (2016) afirma que:

Los ejes transversales de integración bioceánica IIRSA, la Carretera IIRSA Norte que Interconecta los puertos peruanos de Paita y Bayovar con los puertos brasileiros de Manaus, Santarem, Macapa, y Belem. Carretera IIRSA Centro que Interconectará el puerto del Callao con Brasil a través de Cruzeiro do Sul. Carretera IIRSA Sur que Interconecta los puertos peruanos de San Juan de Marcona, Matarani, e Ilo con los puertos brasileiros de Santos y Paranagua, más dos ejes estructurantes: 1. La Carretera Panamericana Norte hasta Piura y, 2. La Carretera Panamericana Sur hasta Arequipa. Los cuales se integran a 22 corredores logísticos con interconexión multimodal. (p.26).

Rutas IIRSA - Perú 1



fuate: www.skyscrapercit 1

1.4. Productos comercializados entre Colombia – Perú GLORIA S.A.

Gloria S.A. del Perú ha tenido un crecimiento acelerado apoyada en la Leche Evaporada la cual es su producto más destacado, a través de los años fue expandiendo su negocio, adquirió su flota de vehículos de carga para recolección y distribución, busca expandirse más allá de la tecnología y consolidar la compañía mediante la compra de otras compañías relacionadas y con negocios complementarios, adquiriendo a la fecha más de 30 empresas e iniciando su internacionalización con operación y venta con nombre propio a más de 5 países entre los cuales se encuentran Colombia, Argentina y Ecuador, entre otros y además actualmente realiza exportaciones de sus diferentes productos a más de 40 países.(Gloria, 2018)

Entre los productos alimenticios producidos y comercializados por GLORIA S.A., de Perú se encuentran la leche en sus diferentes presentaciones como la evaporada, entera y en polvo, además de yogurt, mermeladas, dulce de leche, manjar blanco y jugos.

Gloria S.A. mantiene una posición de liderazgo en el sector lácteo peruano en los últimos años. cuenta con seis plantas industriales en el país en donde se produce leche evaporada, derivados lácteos (yogurt, quesos, mantequillas, entre otros), jugos de fruta; así como envases y embalajes. El acopio o recolección de leche, principal insumo de Gloria, constituye una de las actividades más importantes dentro de su cadena de producción. (Gloria, 2018)

Gloria posee la infraestructura de recolección de leche más grande del Perú, proveniente de más de 18,500 productores en el negocio de abastecimiento de todo el Perú, ya que Gloria ha desarrollado una estrecha relación con los ganaderos, dando apoyo constante

mediante el suministro de tecnología y capacitación. El mercado de productos lácteos en el Perú se caracteriza por operar con elevada concentración, pues las tres principales empresas (Gloria, Nestlé y Laive), abastecen más de 90% del mercado, mientras que el saldo está conformado por productores artesanales. (Class & asociados, 2016)

“Colombia tiene acuerdos de libre comercio con Perú, sin embargo, apenas el 4.2% de las ventas externas del país alcanzan ese mercado según cifras del Dane a febrero, Las ventas a los vecinos han caído en el último año con reducciones del 30% en alimentos y del 10,5% en manufacturas.” (Dinero, 2016). Si bien la exportación al país vecino ha aumentado en los últimos años es de esperar que sea aún más incentivado dicha acción ya que los incentivos son llamativos y se debe ver a Perú como un país complementario y no como competencia a la hora de hacer negocios.

“Revisando los estados financieros del Grupo Gloria, que tiene un 75% de participación del mercado de leche industrializada, el año pasado se evidenció la preferencia por parte de los consumidores por los productos con menor nivel de procesamiento. Y dada toda la controversia reciente surgida en torno a los etiquetados y las recomendaciones de los nutricionistas sobre la conveniencia del consumo de productos frescos, es de esperar que se mantenga dicha tendencia este año.” (el comercio,2017)

PRINCIPALES PRODUCTOS DE IMPORTACIÓN DE PERÚ DESDE COLOMBIA
(Millones de dólares)

Descripción		2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Importaciones desde Colombia		506	787	777	954	989	1 286	957	1 331	1 466	1 571
Suma de los principales 15 productos		172	362	277	379	336	504	375	573	620	721
Suma de los principales 15 productos/Total importaciones desde Colombia %		34%	46%	36%	40%	34%	39%	39%	43%	42%	46%
1	27090000 Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso.	90	229	91	176	78	193	98	211	257	275
2	17019990 Los demás Azúcar de caña o de remolacha y sacarosa químicamente pura en estado sólido.	1	12	35	55	54	39	35	59	67	94
3	27011200 Hulla bituminosa	29	52	69	46	73	97	93	80	53	63
4	39021000 Polipropileno en formas primarias	12	26	25	32	41	58	34	64	53	51
5	33030000 Perfumes y aguas de tocador.	1	1	1	1	8	14	17	21	30	33
6	30049029 Los demás medicamentos dosificados o acondicionados para venta al por menor para uso humano	12	11	13	16	15	21	19	22	28	30
7	39023000 Copolímeros de propileno en formas primarias	5	6	6	9	10	11	11	18	18	23
8	34011100 Jabón productos y preparaciones tensoactivos de tocador (incluso los medicinales)	3	4	4	6	9	11	13	15	19	23
9	87032390 Los demás vehículos automóviles con motor de émbolo alternativo de encendido por chispa concebidos principalmente para transporte de personas de cilindrada > 1.500 cm3 pero <= 3.000 cm3 excepto Camperos (4x4)	0	0	0	0	1	5	4	8	16	23
10	84181030 Combinaciones de refrigerador y congelador con puertas exteriores separadas de volumen superior o igual a 269 l pero inferior a 382 l	2	3	3	5	6	7	8	11	16	21
11	48025590 Los demás papeles De peso superior o igual a 40 g/m2 pero inferior o igual a 150 g/m2 en bobinas (rollos):	7	7	10	8	13	19	17	24	19	20
12	33049900 Las demás preparaciones de belleza maquillaje y para el cuidado de la piel	2	3	3	4	6	8	8	13	14	18
13	17011190 Azúcar de caña en bruto sin adición de aromatizantes ni colorantes excepto la chancaca	0	1	9	7	5	1	1	1	2	18
14	17049010 Bombones caramelos confites y pastillas sin cacao	6	5	5	6	7	9	10	12	15	16
15	85071000 Acumuladores eléctricos de plomo de los tipos utilizados para arranque de motores de émbolo (pistón)	2	3	4	7	11	12	7	13	13	14

Fuente: Información proporcionada por la Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria (SUNAT) de Perú. SICEXT. Decisión 511.

Fuente: <http://intranet.comunidadandina.1>

Como podemos notar en la lista de exportaciones a Perú 1 los alimentos tienen mayor volumen de exportación a Perú que otros productos, como el azúcar, a pesar de ser productores del mismo no abastecen a toda la población por lo cual “se importan en promedio 264 millones 376 mil 581 kilos, proveniente de los países de Colombia el 75%, Guatemala el 15%, Brasil 9%, otros 1%.” (RPP, 2017). Vemos que el mercado de belleza y maquillaje está siendo explorado pero que aún no tiene mayor relevancia se debe

aprovechar este sector ya que Los productos colombianos tienen muy buena aceptación en el mercado peruano ya que gozan de buena calidad, las toallas higiénicas, los insumos para maquillaje y las toallitas desmaquilladoras son los productos más demandados por los peruanos.

1.5. Conclusiones

Con la información anterior podemos inferir que las exportaciones de Colombia a Perú son factibles y bastante recomendables dados los beneficios de pertenecer a la CAN lo que reduce los aranceles a 0% dando oportunidad a los productos de llegar con un valor competitivo al país, con un sistema armonizado y común con el cual los productos tienen menos reglamentación adicional y por lo tanto menos papeleo a la hora de realizarlo, también vemos las vías principales para exportar los productos, sea marítimo por el callao como puerto principal y con salida desde el puerto de Buenaventura en Colombia en cuestión de cargamentos de alimentos y de cargas que sean de gran volumen, vemos que este puerto en Perú tiene unas amplias instalaciones y está preparado para recibir mucha carga sin saturarse y de allí tener un transporte terrestre o fluvial para completar los tránsitos con mejoras de costos gracias a las vías que se construyeron para este fin teniendo en cuenta que gran parte de Perú tiene zonas rocosas, selváticas o desérticas; o tomar la opción aérea que es más rápida para menor cantidad de carga y que cuenta con una red de aeropuertos o vía terrestre para la entrega final con ahorro de costos gracias a las nuevas carreteras mencionadas anteriormente.

Finalmente podemos concluir que los productos más exportados desde Colombia hacia Perú son alimentos, con mayor parte de azúcar, sin embargo, viendo el caso de GRUPO GLORIA S.A. se da cuenta que manteniendo cerca del 80% del mercado peruano es muy difícil entrar a competir por productos como la leche en todas sus presentaciones, y dado también que el consumo de leche en Perú es un 62% de leche evaporada la cual no es elaborada en Colombia y dados los costos de exportación no sería beneficioso realizarla solo para exportación, aun así dadas las facilidades y recomendaciones de la CAN debemos exportar productos derivados de la leche y alimentos que sean complemento de la leche ya que el mercado para este tipo de productos es más variado también se puede inferir que se podría buscar un sector diferente y buscando otro tipo de mercado objetivo ya que con productos manufacturados o productos finales que son los que al final generan más empleos y más ganancias como bisutería, confecciones sintéticas, ropa interior, artículos de cuidado personal o cosméticos, teniendo en cuenta este último ya que se pueden generar labiales, cremas, y demás productos de belleza derivados de productos alimenticios y con esto competir en el mercado que hoy por hoy tiene la mayoría del mercado, los productos colombianos al ingresar sin arancel serán mucho más competitivos, “Actualmente, Bogotá es el principal centro de operaciones de las compañías del sector, pues cerca de 40% de la industria se encuentra concentrada allí, 30% en Antioquia y otro 30% en el Valle.” (Dinero, 2017), se debe aprovechar la centralización del sector e implementar planes junto a los incentivos de la Cámara de Comercio de Bogotá para promover la exportación de este tipo de productos en los que Colombia está a la vanguardia, pero no ha sabido aprovechar el mercado, con esto se

lograría nivelarse con los productos asiáticos en el Perú y tener competencia con productos de mejor calidad.

Bibliografía

- División de comercio internacional e integración, CEPAL, Recuperado de www.wto.org/spanish/tratop_s/region_s/rta_participation_map_s.htm
- Página web CEPAL , Recuperado de www.cepal.org/ilpes/noticias/paginas/8/34448/sebastian_saez_acuerdos_comerciales.pdf
- Página web ALADI, recuperado de <http://www.aladi.org/sitioAladi/quienesSomos.html>
- Cancillería, república de Colombia, recuperado de <http://www.cancilleria.gov.co/international/consensus/pacific-alliance>
- Recuperado de <https://www.bvl.com.pe/hhii/006166/20170531184801/INFORME32CLASS32GLORIA32DICIEMBRE322016.PDF>
- Página web Mercosur, IIRSA, recuperado de http://www.iirsa.org/admin_iirsa_web/Uploads/Documents/api_agenda_proyectos.pdf

**LICENCIA DE USO A FAVOR DE LA FUNDACIÓN UNIVERSITARIA EMPRESARIAL DE LA
CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ – UNIEMPRESARIAL, POR PARTE DE
ESTUDIANTES.**

Los suscritos

Joan Alberto Alba Gaitan con C.C. N° 1016030921

Actuando en calidad de autor del trabajo de grado, que lleva por título oportunidades de exportación de Colombia a Perú en el sector alimenticio frente al Grupo Gloria S.A elaborada para efectos de misión empresarial, de profesional en negocios internacionales.

Hago entrega a UNIEMPRESARIAL de una copia de dicho trabajo académico en formato digital o electrónico (CD-ROM, etc.) otorgando licencia o autorización de uso sobre la misma, para que en los términos de la Decisión Andina 351, la Ley 23 de 1982 y demás normas aplicables, realice los actos de explotación de los derechos patrimoniales y de manera especial, para que la divulgue, reproduzca, comunique al público y la ofrezca en préstamo al público. La presente licencia o autorización se extiende no solo a la fijación en medio o formato físico, analógico o material, sino también al medio virtual, electrónico, óptico, usos de red, Internet, extranet, intranet, repositorio institucional y demás formatos conocidos o por conocer.

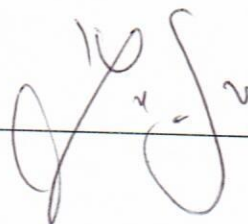
El autor de la obra, manifiesta de igual manera que la obra objeto de esta licencia o autorización de uso es creación original y que se realizó sin infringir los derechos de autor que le correspondan a terceros.

PARÁGRAFO: Si llegase a presentarse cualquier tipo de reclamación o acción por parte de un tercero en cuanto a los derechos de autor sobre la obra en mención, asumiré la responsabilidad, dejando indemne a UNIEMPRESARIAL y saliendo en defensa de los derechos aquí autorizados.

Para constancia se firma el presente documento en Bogotá, el año 2018 del mes septiembre a los 19 días.

FIRMA

Firma



C.C.

1016030921

FICHA BIBLIOGRÁFICA DE DOCUMENTO DE OPCIÓN DE GRADO

TÍTULO COMPLETO		
OPORTUNIDADES DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS DEL SECTOR ALIMENTOS		
COLOMBIANO A PERÚ		
AUTORES		
Apellidos completos	Nombres completos	
ALBA GAITAN	JOAN ALBERTO	
TUTOR DE TRABAJO DE GRADO		
Apellidos completos	Nombres completos	
AREVALO	FABIAN ANDRES	
PROGRAMA ACADÉMICO		
Nombre del programa	Tipo de programa (marque con una x)	
NEGOCIOS INTERNACIONALES	Pregrado	<input checked="" type="checkbox"/>
	Especialización	<input type="checkbox"/>
	Maestría	<input type="checkbox"/>
CIUDAD	AÑO DE PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO	NÚMERO DE PÁGINAS
BOGOTA	2018	17
PALABRAS CLAVES		
Español	Inglés	
COMERCIO	TRADE	
COOPERACION	COOPERATION	
MERCADO	EXPORT	
PRODUCTO	MARKET	
EXPORTACION	PRODUCT	
REGION	REGION	
RESUMEN		
(Máximo 250 palabras)		
<p>Perú es uno de los países de américa latina que ha venido logrando cambios y haciendo avances en cuestiones de comercio exterior y de búsqueda de nuevos mercados. Como lo ha hecho con el mercado asiático, sin embargo, ha entendido que debe tener fuertes socios regionales. Para países cercanos como Colombia representa una oportunidad para entrar en el mercado a través de diferentes</p>		

mecanismos, los cuales benefician el libre comercio entre los países y abren la puerta a diferentes oportunidades para las empresas.

Por lo cual se realizará una exploración a las diferentes oportunidades de entrada que tiene Colombia para exportar distintos productos alimenticios tradicionales y no tradicionales al Perú, que sean duraderas con el tiempo, y para esto revisaremos los diferentes acuerdos comerciales que hay entre las dos naciones, las rutas comerciales más importantes entre los dos países y los diferentes productos que ya están siendo exportados en comparación con los productos de GLORIA S.A.